

**Лавыгина К. В.,**  
Санкт-Петербургский  
государственный  
инженерно-экономический  
университет, Россия

**Lavygina K. V.,**  
St. Petersburg  
State Engineering and Economic  
University Of Russia

**ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ  
БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ  
НА ПРЕДПРИЯТИЯХ  
СПОРТИВНО-  
ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО  
СЕРВИСА**

**OPERATIONAL BUSINESS —  
PROCESSES  
AT THE ENTERPRISE  
OF SPORTS SERVICE**

and similar papers at [core.ac.uk](http://core.ac.uk)

provided by Institutional Repository of Vadym Hetma

менной конкурентной среде. В работе показаны основные бизнес-процессы взаимодействия с клиентами.

The work shows the basic business processes of interaction with customers.

В современном обществе актуальными становятся проблемы здорового образа жизни. Для решения этой проблемы следует создать необходимые условия. Процессный подход, разработанный Робертом Капланом и Роббином Купером, основан на том, что ценность (стоимость) любого предприятия создается во внутренних бизнес-процессах. Основные бизнес-процессы являются движущей силой стратегии предприятия. Компания должна определить основные бизнес-процессы, выделяющие ее среди аналогов и являющиеся наиболее важными с точки зрения потребительской ценности для клиентов. Постоянное совершенствование основных бизнес-процессов повышает эффективность компании и определяет ее конкурентоспособность.

В мире большинство предприятий спортивно-оздоровительного сервиса являются конкурентами на рынке услуг. Для повышения конкурентоспособности на рынке предприятие разрабатывает новую продукцию для потребителей, тем самым находя новых клиентов.

Управление бизнес-процессами, ориентированными на высокую эффективность и производительность, позволяет предприятию сделать клиентам привлекательное предложение потребительской ценности:

- конкурентные цены;
- превосходное качество;
- своевременная покупка
- отличный выбор.

Бизнес-процессы управления отношениями с клиентами в современной конкурентной среде не менее важны, чем бизнес-процессы операционного менеджмента.

Основные бизнес-процессы взаимоотношений с клиентами:

- выбор клиентов;
- привлечение клиентов;
- сохранение клиентской базы;
- развитие взаимоотношений с клиентами.

Рассмотрим индустрию фитнес-клубов. Во всех клубах для клиентов предоставляются стандартные услуги: занятия в тренажерном зале, фитнес, йога, аэробика, бассейн, боевые искусства и т.д. Отличаются клубы ценовой политикой и контингентом.

Для привлечения клиентов большинство клубов проводят акции, например для студентов абонемент в бассейн будет со скидкой до 50 %, семейный абонемент на 10 % меньше от обычной стоимости.

Как только новый продукт выходит на потребительский рынок, он проходит основные этапы жизненного цикла товара:

- фаза внедрения;
- фаза роста;
- фаза зрелости;
- фаза спада.

Для того чтобы иметь устойчивое конкурентное преимущество, компания должна не останавливаться на достигнутом, а постоянно работать над инновациями товаров, услуг, технологий, процессов. Удачные инновации способствуют привлечению покупателей, расширению клиентской базы и росту прибыли.

Основные инновационные бизнес-процессы:

- выявление возможностей для создания новых товаров и услуг;
- проектирование и создание новых товаров и услуг;
- продвижение новых товаров и услуг на рынок.

Любая компания должна постоянно подтверждать свое право на предоставление тех или иных услуг. Компания управляет регулирующими и социальными процессами по нескольким направлениям:

Системный подход к управлению, основанный на управлении бизнес-процессами, позволит предприятию реализовать стратегию максимально эффективным способом.

## ***Література***

1. Каплан Р. Функционально-стоимостной анализ. Практическое применение: учебник / Р. Каплан, Р. Каплан. — Изд-во «ИД «Вильямс»», 2007. — 352 с.

2. Краюхин Г. А. Методика анализа деятельности предприятий в условиях рыночной экономики: учебник / Г. А. Краюхин. — СПб., 2003. — 346 с.

3. Титов В. И. Экономика предприятия: Учебник / В. И. Титов. — М.: Эксмо, 2007. — 416 с.

**Лисенко О. А.,**  
канд. фіз.-мат. наук, доцент,  
НУХТ, Україна

**Lysenko O. A.,**  
Cand. Sci. (Phys.-Math.),  
Assoc. Prof.  
NUFT, Ukraine

**ВПРОВАДЖЕННЯ  
ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ  
З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ  
РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ  
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**THE PROCESS APPROACH  
INTRODUCTION WITH  
THE PURPOSE TO INCREASE  
THE COMPANY ACTIVITY  
RESULTS**

Визначено необхідність упровадження процесного підходу на підприємствах. Досліджено сутність виділення бізнес-процесів на підприємстві. Зазначено вплив процесів на підвищення результативності діяльності підприємства.

The necessity of the process approach introduction at the enterprises is defined in the given work. The essence of business processes allocation at the enterprises is researched. The influence of the processes with the purpose to increase the company activity results is emphasized.

У сучасних ринкових умовах відбувається постійне зростання вимог до конкурентоспроможності продукції, що змушує керівництва підприємств постійно шукати шляхи поліпшення результатів своєї діяльності. Згідно концепції процесного підходу діяльність підприємства можна представити у вигляді процесів, контроль результатів кожного з яких дозволить проаналізувати діяльність підприємства в цілому і виявити шляхи підвищення її результативності.

У фінансовому сенсі результативність діяльності підприємства можна охарактеризувати показниками прибутку і рентабельності, які дозволяють оцінити діяльність підприємства за звітний період. Зокрема, для підприємства стає важливим проведення оцінки доцільності витрат, їх динаміки, структурних змін, для якої основними показниками виступають рівень витрат виробництва і абсолютна та відносна економія витрат [1, с. 125].

Зважаючи на вищезазначене керівництво підприємства при використанні процесного підходу повинно враховувати підви-